

Pengaruh Daya Tarik dan Kepuasan terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Objek Wisata Pantai Lasiana

Maria Sooi¹⁾, Ari Data²⁾, Fernando Saragih³⁾

^{1,2,3} Universitas Nusa Cendana, NTT, Indonesia

e-mail: ¹mariasooai087@gmail.com, ²aridata.291@gmail.com, ³fernando.saragih@staf.undana.ac.id

Article Information

Submit: 23-06-2026

Revised: 08-07-2026

Accepted: 06-09-2026

Abstract

This study focuses on analyzing the effect of tourist attraction and tourist satisfaction on Generation Z's intention to revisit Lasiana Beach in Kupang City. The study employs a quantitative approach using a survey method. The sample in this study consisted of 100 respondents selected through incidental sampling. Data were collected using questionnaires and then analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results show that tourist attraction has a positive and significant effect on Generation Z female students' intention to revisit. In addition, tourist satisfaction is also proven to have a positive and significant influence on revisit intention. Simultaneously, both variables significantly affect the intention to revisit Lasiana Beach. The coefficient of determination of 43.3% indicates that the variation in revisit intention can be explained by tourist attraction and tourist satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other variables outside the scope of this study. The findings also show that tourist satisfaction has a more dominant influence than tourist attraction in encouraging revisit intention.

Keywords: Attraction, Satisfaction, Revisit Intention, Young Generation, Beach Tourism Destination

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh daya tarik pariwisata dan kepuasan wisatawan terhadap minat mahasiswa perempuan Generasi Z untuk melakukan kunjungan ulang ke Pantai Lasiana di Kota Kupang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih melalui teknik sampling insidental. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik pariwisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk berkunjung kembali. Selain itu, kepuasan wisatawan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat kunjungan ulang. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali ke Pantai Lasiana. Nilai koefisien determinasi sebesar 43,3% mengindikasikan bahwa variasi minat kunjungan ulang dapat dijelaskan oleh daya tarik pariwisata dan kepuasan wisatawan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini juga menunjukkan bahwa kepuasan wisatawan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan daya tarik pariwisata dalam mendorong keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

Kata kunci: Daya tarik, Kepuasan, Minat berkunjung kembali, Generasi Muda, Destinasi Wisata Pantai

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia. Selain berfungsi sebagai sarana rekreasi, sektor ini juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan daerah, penyediaan kesempatan kerja, serta perkembangan ekonomi di berbagai wilayah (Utama dkk., 2025). Dalam beberapa tahun terakhir, industri pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, terutama pada destinasi wisata alam yang semakin banyak diminati oleh wisatawan. Tren ini mendorong berbagai daerah di seluruh negeri untuk terus mengembangkan potensi pariwisatanya guna menarik pengunjung dan menciptakan pengalaman berwisata yang berkesan.

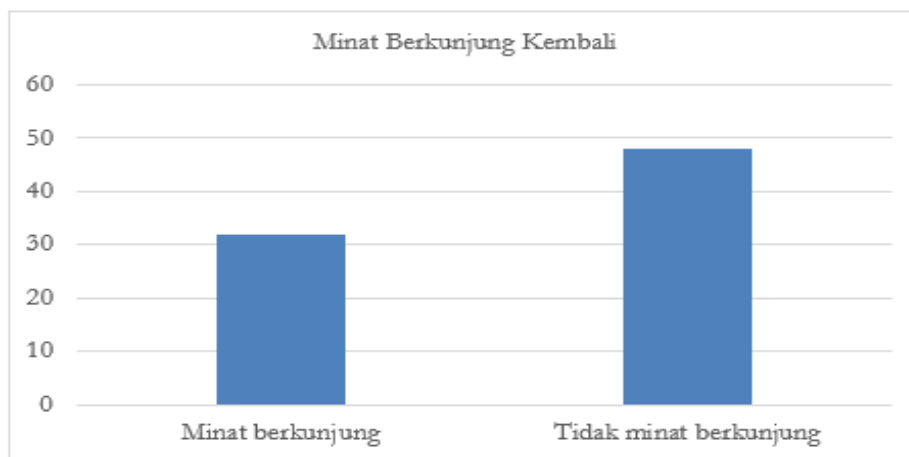
Salah satu daerah yang mempunyai peluang luas dalam pengembangan wisata berbasis alam yaitu Provinsi Nusa Tenggara Timur. Wilayah ini terkenal dengan kekayaan objek wisata alamnya, termasuk pantai dan laut, serta keindahan budaya lokalnya, yang menawarkan pengalaman unik bagi para wisatawan (Bunga dkk., 2025; Daa dkk., 2026). Upaya pengembangan sektor pariwisata

di Nusa Tenggara Timur terus berlanjut sebagai bagian dari inisiatif untuk meningkatkan daya saing wilayah tersebut sekaligus memperkenalkan potensi pariwisatanya kepada masyarakat luas. Di antara berbagai kawasan yang memiliki potensi pariwisata di provinsi ini, Kota Kupang terkenal dengan pantai-pantainya yang menarik banyak pengunjung. Salah satu destinasi pantai terpopuler di Kupang adalah Pantai Lasiana. Pantai ini menawarkan panorama alam yang menarik dengan hamparan pasir, pemandangan laut, serta suasana pantai yang menjadi daya tarik unik bagi wisatawan. Aksesnya yang mudah juga menjadikan Pantai Lasiana pilihan rekreasi utama bagi masyarakat setempat, terutama di kalangan Generasi muda. Generasi Z adalah kelompok usia yang cenderung lebih menyukai kegiatan wisata yang seru, nyaman, dan menarik secara estetika kegiatan yang dapat mereka bagikan di media sosial (Trihayuningtyas dkk., 2018). Oleh karena itu, sebuah destinasi wisata tidak hanya diharapkan menawarkan keindahan alam, tetapi juga harus mampu memberikan pengalaman berwisata yang memuaskan bagi para pengunjung.

Seiring dengan semakin dinamisnya sektor pariwisata, niat untuk berkunjung kembali telah menjadi indikator utama keberlanjutan suatu destinasi wisata serta keberhasilannya dalam mempertahankan minat wisatawan untuk kembali (Suhartapa et al., 2025; Tapatab & Jacob Abolladaka, 2026). Keinginan ini muncul dari pengalaman, kesan dan tingkat kepuasan yang dirasakan selama berada di destinasi wisata. Jika wisatawan merasakan pengalaman yang menyenangkan dan nyaman yang sesuai dengan harapan mereka, mereka cenderung akan kembali. Dengan demikian, keinginan untuk kembali dapat menjadi indikasi bahwa suatu objek wisata mampu memberikan pengalaman yang positif bagi para pengunjungnya.

Meskipun kunjungan ulang memiliki peran penting dalam mendukung keberlanjutan suatu destinasi wisata pada kenyataannya, tingkat kunjungan ulang di Pantai Lasiana belum sepenuhnya optimal, yang menunjukkan bahwa kecenderungan wisatawan untuk kembali masih relatif rendah. Rendahnya minat untuk kembali ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti lingkungan wisata yang kurang menarik, harga tiket yang relatif tinggi, serta fasilitas dan infrastruktur yang masih belum lengkap dan belum memadai. Didukung oleh pendapat Yussabila & Sutarmin, (2025) mengatakan bahwa rendahnya tingkat kunjungan ulang disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk fasilitas pariwisata yang kurang memadai, kebersihan lingkungan yang buruk, tingkat kenyamanan yang kurang optimal, serta pengalaman wisata yang tidak sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung. Kombinasi faktor-faktor tersebut telah menyebabkan menurunnya minat wisatawan untuk kembali, sehingga mengurangi kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang, terutama ke Pantai Lasiana. Kondisi tersebut dapat dilihat pada data yang disajikan berikut:

Gambar 1. Data Minat Berkunjung Kembali



Berdasarkan hasil data awal penelitian yang diperoleh dari 80 responden, terlihat bahwa jumlah pengunjung yang tidak memiliki minat untuk melakukan kunjungan kembali lebih banyak dibandingkan pengunjung yang berminat untuk datang kembali. Sebanyak 48 responden atau 60% menyatakan tidak ingin berkunjung kembali, sedangkan 32 responden atau 40% menyatakan memiliki minat untuk melakukan kunjungan ulang.

Untuk memahami dan menemukan solusi atas rendahnya minat wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi, penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali suatu destinasi terbentuk melalui serangkaian proses yang dipengaruhi oleh faktor-faktor latar belakang, seperti karakteristik individu, lingkungan sosial, dan informasi yang diterima. Faktor-faktor tersebut kemudian memunculkan tiga kategori keyakinan, yaitu behavioral beliefs, normative beliefs dan control beliefs. Ketiga keyakinan ini berperan dalam membentuk sikap wisatawan, tekanan sosial dan persepsi kendali perilaku, yang pada gilirannya memengaruhi munculnya niat untuk berkunjung kembali. Niat ini pada akhirnya dapat direalisasikan dalam perilaku aktual berupa kunjungan kembali ke destinasi wisata.

Temuan dari Noviyanti et al., (2025) memperkuat penjelasan tersebut dengan menjelaskan bahwa minat untuk melakukan kunjungan kembali dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, seperti pengalaman dan penilaian positif para wisatawan, serta faktor eksternal seperti kondisi dan kualitas destinasi wisata. Sejalan dengan itu, Magdalena & Sofiani, (2024) menjelaskan bahwa Niat untuk berkunjung kembali dipengaruhi oleh persepsi wisatawan terhadap kenyamanan, fasilitas, suasana wisata, serta pengalaman menyenangkan yang diperoleh selama kunjungan mereka. Kedua variabel ini berperan dalam membentuk kepercayaan wisatawan terhadap destinasi tersebut, baik dari segi kenyamanan, manfaat, maupun pengalaman yang diperoleh selama perjalanan mereka.

Berdasarkan paparan di atas, dapat dilihat bahwa penelitian ini berfokus pada pengaruh daya tarik wisata dan kepuasan wisatawan terhadap niat Generasi Z untuk kembali mengunjungi Pantai Lasiana sebagai destinasi wisata. Penelitian ini berpendapat bahwa objek wisata dan kepuasan wisatawan merupakan salah satu faktor yang berperan dalam membentuk persepsi positif terhadap destinasi wisata yang dikunjungi. Sejalan dengan itu, penelitian Hellen Susanto & Prayogo, (2024) menjelaskan bahwa Atraksi wisata menjadi salah satu unsur penting yang membentuk persepsi wisatawan terhadap suatu destinasi, karena keindahan alam, suasana pantai yang unik, serta beragam aktivitas wisata yang ditawarkan dapat memberikan pengalaman dan kesan positif bagi para pengunjung, sehingga meningkatkan keinginan mereka untuk kembali. Penelitian Rosanto & Yeremia, (2025) mengemukakan bahwa daya tarik wisata berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisatawan yang menyenangkan dan berkesan melalui berbagai pengalaman yang dirasakan selama berkunjung, sehingga mampu membentuk kesan baik yang mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Kurniawan & Sengaji, (2025) daya tarik wisata berperan dalam membentuk penilaian wisatawan secara keseluruhan terhadap suatu destinasi melalui proses evaluasi yang didasarkan pada persepsi dan pengalaman mereka selama berkunjung; oleh karena itu, ketika suatu destinasi dianggap memiliki daya tarik yang kuat, wisatawan cenderung memberikan penilaian dan umpan balik yang positif, yang kemudian mendorong wisatawan untuk berkunjung kembali karena destinasi tersebut.

Sementara itu, penelitian Hernawati, (2025) mengatakan bahwa Kepuasan wisatawan dapat menumbuhkan persepsi positif terhadap suatu destinasi wisata karena pengalaman yang mereka dapatkan selama berkunjung sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka. Persepsi yang baik terhadap layanan, fasilitas, dan suasana destinasi tersebut akan menghasilkan penilaian positif, sehingga mendorong wisatawan untuk kembali di masa mendatang. Kemudian Dewi & Musmini, (2023) juga berpendapat bahwa Kepuasan wisatawan juga berkaitan erat dengan pengalaman yang mereka alami selama perjalanan; pengalaman yang menyenangkan, berkesan, dan bermakna dapat menumbuhkan rasa kebahagiaan serta ikatan emosional terhadap suatu destinasi. Pengalaman

wisata yang mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pengunjung akan membentuk persepsi serta penilaian positif terhadap destinasi tersebut, sehingga mendorong munculnya keinginan wisatawan untuk kembali berkunjung dan menikmati pengalaman yang sama. Adapun penelitian Cahyati et al., (2025) menjelaskan bahwa Kepuasan wisatawan juga memengaruhi pembentukan opini tentang suatu destinasi wisata setelah para wisatawan mengevaluasi kunjungan mereka. Jika suatu destinasi mampu memberikan kenyamanan, manfaat, dan pengalaman berwisata yang berkualitas tinggi, para wisatawan cenderung memberikan tanggapan positif dan lebih bersemangat untuk kembali.

Hasil studi ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Diansyah & Chrismardani, (2024) menunjukkan bahwa daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, Di mana daya tarik wisata merujuk pada kemampuan suatu destinasi untuk menarik pengunjung melalui keunikan, keindahan, dan pengalaman yang sesuai dengan harapan wisatawan. Daya tarik ini berasal dari keindahan alam, fasilitas, pelayanan, suasana, serta pengalaman berwisata secara keseluruhan. Ketika wisatawan merasakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan, mereka akan memberikan penilaian positif terhadap destinasi tersebut; oleh karena itu, semakin tinggi daya tarik wisatanya, semakin besar pula minat wisatawan untuk kembali. Sejalan dengan temuan penelitian ini, Cantika & Djunaid, (2023) menemukan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali, di mana Kepuasan yang dirasakan setelah berkunjung seperti kenyamanan, kualitas layanan, dan sejauh mana pengalaman tersebut memenuhi harapan telah terbukti meningkatkan keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut. Tingkat kepuasan wisatawan yang semakin tinggi akan meningkatkan kemungkinan mereka untuk melakukan kunjungan kembali pada masa yang akan datang.

Keterbaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang lebih spesifik terhadap responden perempuan dengan ketertarikan tinggi pada pariwisata pantai. Pemilihan responden perempuan didasarkan pada asumsi bahwa perempuan cenderung lebih memperhatikan aspek kenyamanan, kebersihan, suasana, dan pengalaman emosional selama bepergian, sehingga memungkinkan mereka memberikan penilaian yang lebih mendalam dan terperinci mengenai destinasi pantai. Selain itu, wanita dianggap lebih aktif dalam berbagi pengalaman perjalanan dan memiliki pertimbangan yang lebih spesifik ketika memutuskan apakah akan mengunjungi kembali suatu destinasi. Penelitian ini juga menargetkan wisatawan yang benar-benar menikmati dan sering mengunjungi pantai, dimana Wisatawan yang benar-benar menikmati dan sering mengunjungi pantai umumnya memiliki apresiasi yang lebih mendalam terhadap suasana, fasilitas, dan daya tarik destinasi pantai. Pengalaman positif seperti menikmati keindahan alam, suasana yang menenangkan, dan berbagai kegiatan wisata membuat mereka merasa puas dan ingin kembali lagi. Oleh karena itu, responden dengan karakteristik ini dipilih karena dianggap mampu memberikan penilaian yang lebih tepat berdasarkan pengalaman nyata mereka. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih realistis mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan keinginan untuk kembali. Fokus ini juga menambah nilai penelitian karena karakteristik dan minat responden selaras dengan destinasi wisata yang diteliti.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang di Universitas Nusa Cendana. Adapun populasi dalam penelitian ini terdiri atas mahasiswa perempuan Generasi Z Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Nusa Cendana yang memiliki pengalaman berkunjung ke Pantai Lasiana. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran instrumen kepada mahasiswa perempuan FKIP sebagai responden untuk memperoleh informasi terkait Pantai Lasiana sebagai objek yang menjadi fokus penelitian. Penentuan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik sampling insidental yang termasuk dalam kategori

nonprobability sampling. Data penelitian berupa data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Instrumen penelitian terdiri atas 24 butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel daya tarik wisata (8), kepuasan wisatawan (12), dan minat untuk berkunjung kembali (4). Semua pernyataan tersebut disusun berdasarkan tabel operasional dibawah ini:

Tabel 1 .Definisi operasional variabel

Variabel dan definisi	Indikator
X1 (Daya Tarik) Daya tarik merupakan pendorong utama pariwisata, yang menarik pengunjung dan memberikan mereka pengalaman di suatu destinasi (Ika Suryono Djunaid, 2023).	1. keunikan objek wisata 2. keindahan alam yang tersaji 3. keamanan yang diberikan 4. kualitas kunjungan (Dwita Hadi Rahmi, 2020)
X2 (Kepuasan) Kepuasan wisatawan merupakan tingkat perasaan seseorang terhadap pengalaman yang diperolehnya setelah membandingkan antara harapan yang dimiliki dengan kenyataan atau hasil yang dirasakan selama berkunjung ke suatu destinasi wisata. (Ina Ratnasari, 2022)	1. Pemandangan 2. Akses/keterjangkauan 3. Keamanan dan kenyamanan 4. Fasilitas yang tersedia 5. Infrastruktur jalan 6. Pelayanan dan Informasi Rudi Salam, 2016)
Y (Minat Berkunjung Kembali) Minat berkunjung kembali merupakan keinginan serta kecenderungan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang ke destinasi yang sama pada waktu tertentu setelah kunjungan sebelumnya, sebagai bentuk respon atas pengalaman dan kepuasan yang dirasakan setelah melakukan kegiatan wisata. (Lidya Martha, 2023)	1. Niat untuk Merekomendasikan 2. Niat untuk Mengunjungi Kembali (Adhi Prakosa, 2021)

Sumber : Data primer menggunakan angket

Pernyataan dalam penelitian ini telah diuji menggunakan instrumen dan hasilnya membuktikan bahwa instrumen tersebut valid dan reliabel yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	R _{Hitung}	R _{Tabel}	Cronbach's Alpha
Daya Tarik (X1)	X1.1 -X1.8	0,538 – 0,787	0,361	0,774
Kepuasan (X2)	X2.1 -X2.12	0,380 – 0,839		0,883
M Berkunjung Kembali (Y)	Y.1 – Y.4	0,439– 0,936		0,882

Sumber: hasil analisis data primer menggunakan SPSS versi 27

Berdasarkan Tabel diatas semua pernyataan pada variabel Daya Tarik Pariwisata, Kepuasan Wisatawan dan Minat untuk Kembali dinilai valid karena nilai R_{hitung} lebih besar dari nilai R_{tabel} (0,361) dan nilai Cronbach's Alpha>0,60.

Tabel 3. Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji	Parameter	Variabel	Nilai	Standar	Kesimpulan
Normalitas	Asymp.sig.	Asymp.sig.	0,200	>0,05	Normal
Multikolinearitas	Tolerance	Daya Tarik	0,942	>0,10	
		Kepuasan	0,942	>0,10	Bebas
		Daya Tarik	1.062	<10.00	Multikolinearitas
Linearitas	Deviation from Linearity	Kepuasan	1.062	<10.00	
		Daya Tarik	0,723	>0,05	Linear
Heteroskedastisitas	Sig. (Gelijser)	Kepuasan	0,856	>0,05	
		Daya Tarik	0.606	>0,05	Homoskedastisitas
		Kepuasan	1.000		

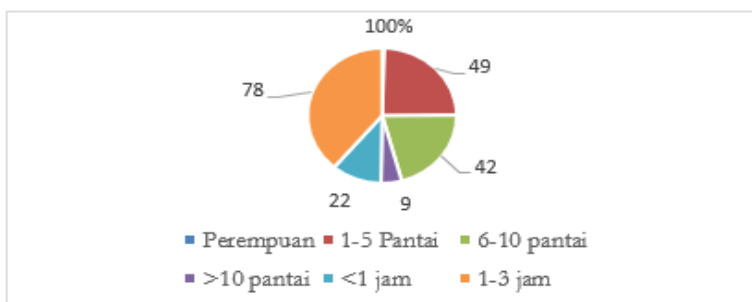
Sumber: hasil analisis data primer menggunakan SPSS versi 27

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskriptif Responden

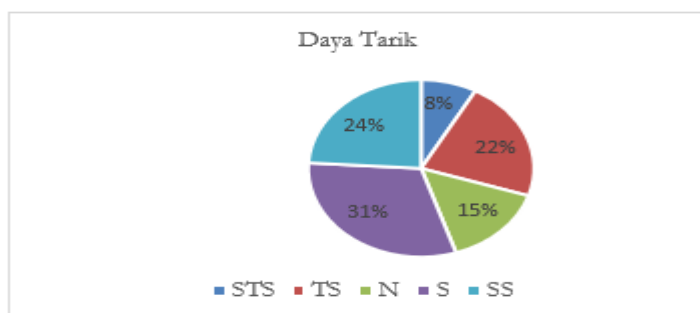
Gambar 2. Analisis Deskriptif Responden



Berdasarkan diagram tersebut, terlihat bahwa perempuan memiliki minat yang tinggi untuk berkunjung ke pantai sebagai tempat rekreasi dan relaksasi. Hal ini tercermin dari lamanya waktu yang dihabiskan responden untuk menikmati suasana pantai, sehingga menunjukkan bahwa pantai merupakan destinasi wisata yang diminati karena menawarkan kenyamanan dan pengalaman yang menyenangkan.

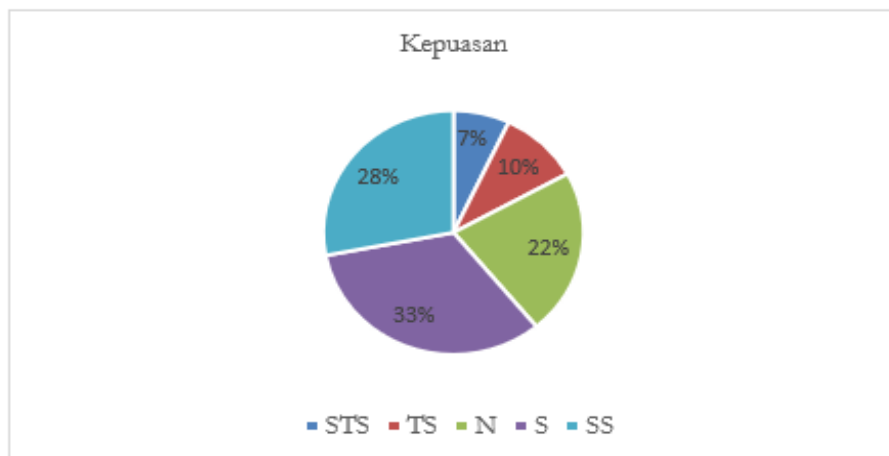
Analisis Deskriptif Variabel

Gambar 3. Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik



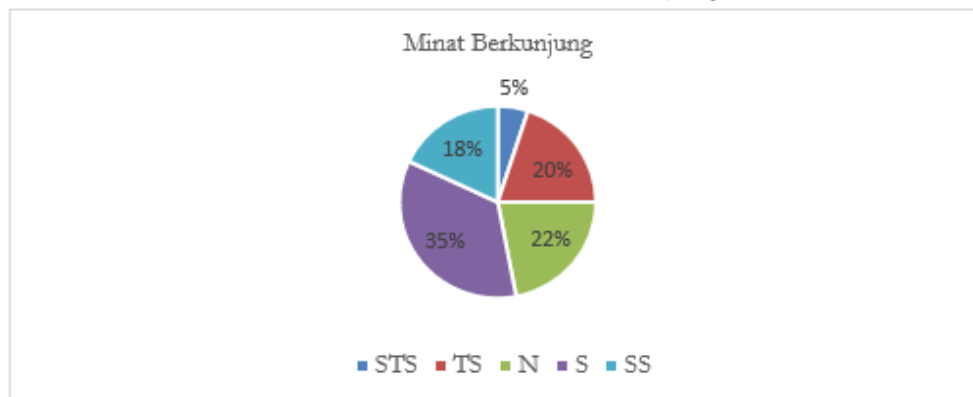
Hasil penelitian menunjukkan bahwa 55% responden memberikan penilaian positif, yang masuk ke dalam kategori setuju dan sangat setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa objek wisata yang tersedia telah memenuhi harapan wisatawan dan dianggap sangat efektif.

Gambar 4. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan



Hasil penilaian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan responden mencapai 61%, yang menunjukkan bahwa pengalaman atau layanan yang diterima telah mampu memenuhi harapan responden dengan baik sehingga mencerminkan tingkat kepuasan yang positif terhadap pengalaman atau layanan yang diberikan.

Gambar 5. Analisis Deskriptif Variabel Minat Berkunjung



Hasil analisis yang disajikan menunjukkan bahwa (53%) responden termasuk dalam kategori setuju dan sangat setuju terkait minat mereka untuk kembali berkunjung. Hal ini menandakan adanya tren positif di kalangan wisatawan untuk melakukan kunjungan kembali di masa mendatang.

Hasil Uji

Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
(constant)	1.732	1.300	-	1.332	.186
Daya Tarik	.194	.043	.371	4.548	.001
Kepuasan	.144	.028	.423	5.180	.001

Sumber: hasil analisis data primer menggunakan SPSS versi

Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = 1.732 + 0.194X_{b1} + 0.144X_{b2}$$

Uji t

Hasil analisis data dapat dilihat pada tabel regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel daya tarik dan kepuasan memiliki nilai sig sebesar $0,001 < 0,05$. Sementara itu, koefisien pengaruh untuk masing-masing variabel adalah 0,371 untuk daya tarik dan 0,423 untuk kepuasan. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan X_2 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali (Y).

Uji f

Pengujian ini digunakan untuk menguji sejauh mana variabel daya tarik dan kepuasan secara simultan terhadap minat berkunjung kembali Generasi Z. Hasil analisis ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 6. Uji f

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	851.799	2	425.900	31.280	.000 ^b
Residual	1320.711	97	425.900		
Total	2172.510	98			

Sumber: hasil analisis data primer menggunakan SPSS versi 27

Hasil uji simultan (uji-F) menunjukkan bahwa nilai F yang dihitung sebesar 31,280 dengan tingkat signifikansi 0,000. Tingkat signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel daya tarik dan kepuasan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Generasi Z untuk mengunjungi kembali Objek Wisata Pantai Lasiana. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan daya tarik pariwisata dan kepuasan wisatawan berkontribusi terhadap meningkatnya keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui tingkat sejauh mana variabel daya tarik dan kepuasan dapat menjelaskan variasi dalam perubahan niat untuk berkunjung kembali.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.658 ^a	.433	.421	3.77466

Sumber: hasil analisis data primer menggunakan SPSS versi 27

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,433 menunjukkan bahwa variabel daya tarik dan kepuasan secara bersama-sama menjelaskan 43,3% variasi pada minat berkunjung generasi Z, sedangkan 56,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh daya tarik terhadap minat berkunjung kembali

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel daya tarik pariwisata (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z untuk melakukan kunjungan ulang ke Pantai Lasiana. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) dinyatakan diterima, yang mengindikasikan bahwa daya tarik pariwisata merupakan faktor penting dalam meningkatkan keinginan Generasi Z untuk kembali berkunjung ke Pantai Lasiana. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat daya tarik yang dirasakan wisatawan terhadap suatu destinasi, maka semakin besar pula kecenderungan mereka untuk melakukan kunjungan ulang. Daya tarik destinasi tidak hanya berfungsi sebagai faktor yang mendorong wisatawan untuk datang pertama kali, tetapi juga berperan dalam membentuk keinginan mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang.

Sejalan dengan hasil yang diperoleh, karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh wisatawan perempuan yang sebelumnya telah memiliki pengalaman berkunjung ke destinasi pantai. Berdasarkan hasil analisis dan kriteria yang telah ditetapkan, ditemukan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara daya tarik pariwisata dan niat untuk berkunjung kembali. Hubungan ini tercermin dalam indikator kualitas kunjungan, terutama melalui pengalaman perjalanan yang menyenangkan selama berada di destinasi. Pengalaman positif yang diperoleh wisatawan mampu memberikan kepuasan karena harapan mereka terhadap destinasi dapat terpenuhi. Selain itu, pengalaman yang berkesan juga dapat membangun keterikatan emosional antara wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi. Kondisi tersebut menghasilkan persepsi yang baik terhadap destinasi wisata dan pada akhirnya mendorong munculnya keinginan untuk kembali berkunjung pada kesempatan berikutnya (Aspariyanthi & Agustina, 2024). Selain itu, indikator keindahan alam, khususnya keindahan laut, juga berperan dalam meningkatkan minat wisatawan untuk kembali berkunjung. Pemandangan laut yang indah, air yang jernih dan lingkungan pantai yang menarik mampu menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan dan berkesan bagi pengunjung. Keindahan alam yang terjaga tidak hanya memberikan nilai estetika, tetapi juga menciptakan suasana yang nyaman dan menenangkan sehingga wisatawan dapat menikmati aktivitas wisata dengan lebih optimal. Keindahan visual yang ditawarkan destinasi tersebut mampu menarik perhatian wisatawan selama kunjungan berlangsung dan memperkuat ketertarikan mereka terhadap destinasi yang dikunjungi. Semakin menarik pemandangan yang disajikan, semakin besar pula kemungkinan wisatawan membentuk kesan positif terhadap destinasi tersebut, sehingga pengalaman yang menyenangkan, kepuasan yang dirasakan, dan daya tarik alam yang dimiliki destinasi secara bersama-sama berkontribusi dalam meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang di masa mendatang (Sappewali dkk., 2022).

Kenyamanan area istirahat memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk pengalaman wisatawan selama berada di destinasi wisata. Area istirahat yang tertata dengan baik dan mampu memberikan kenyamanan dapat menciptakan suasana yang kondusif untuk relaksasi, sehingga wisatawan merasa lebih nyaman dan betah selama berkunjung. Kehadiran fasilitas tersebut juga membantu mengurangi rasa lelah yang timbul akibat berbagai aktivitas wisata, sekaligus memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk menikmati suasana dan keindahan lingkungan sekitar dengan lebih leluasa. Selain itu, kenyamanan yang dirasakan di area istirahat dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan serta membangun kesan positif terhadap destinasi yang dikunjungi. Ketersediaan sarana pendukung yang memadai, seperti tempat duduk, area yang teduh, serta lingkungan yang bersih dan terpelihara, turut menunjang terciptanya kenyamanan bagi pengunjung. Fasilitas tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk melepas penat, tetapi

juga menjadi ruang bagi wisatawan untuk menikmati pemandangan, mengabadikan pengalaman, maupun berinteraksi dengan keluarga dan teman. Oleh karena itu, semakin baik kualitas area istirahat yang tersedia, semakin positif pula pengalaman wisata yang diperoleh, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan dan mendorong minat wisatawan untuk berkunjung kembali. Hal yang sama juga terlihat pada indikator keamanan yang tersedia di kawasan wisata pesisir, yang ditunjukkan melalui keberadaan papan peringatan di berbagai titik lokasi wisata. Fasilitas ini berfungsi sebagai media informasi yang memberikan petunjuk, peringatan, serta imbauan kepada wisatawan mengenai potensi bahaya, ketentuan yang berlaku, dan prosedur keselamatan yang perlu diperhatikan selama berada di kawasan wisata (Rifai & Saptadi, 2025). Informasi tersebut membantu pengunjung untuk lebih memahami kondisi lingkungan sekitar dan meningkatkan kesadaran terhadap berbagai risiko yang mungkin dihadapi. Keberadaan papan peringatan mencerminkan kepedulian pengelola terhadap keselamatan wisatawan, sehingga mampu menumbuhkan rasa aman dan nyaman selama melakukan perjalanan wisata. Selain berperan sebagai sarana edukasi dan pencegahan risiko, papan peringatan juga menunjukkan upaya pengelola dalam menerapkan pengelolaan destinasi yang memperhatikan aspek keselamatan pengunjung. Rasa aman yang tercipta memungkinkan wisatawan menikmati berbagai aktivitas wisata dengan lebih tenang dan nyaman. Dengan demikian, keberadaan papan peringatan dan fasilitas keamanan lainnya tidak hanya mendukung keselamatan pengunjung, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih positif, nyaman, dan memuaskan.

Penelitian ini juga diperkuat oleh Hellen Susanto & Prayogo, (2024) yang menemukan bahwa objek wisata berpengaruh positif dan sig terhadap niat untuk berkunjung kembali. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pengalaman kunjungan serta keindahan alam yang ditawarkan menjadi faktor penting dalam membentuk pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, semakin baik objek wisata di suatu destinasi terutama dalam hal kualitas kunjungan dan keindahan alam semakin besar kemungkinan wisatawan untuk kembali. Hal ini didukung oleh penelitian Sinaga & Teviana, (2024) yang berpandangan bahwa objek wisata memiliki pengaruh positif dan sig terhadap minat wisatawan untuk kembali. Hasil tersebut, menunjukkan bahwa kenyamanan kawasan pantai dan jaminan keamanan yang disediakan menjadi faktor utama dalam mendorong keinginan wisatawan untuk kembali. Lingkungan pantai yang nyaman, didukung oleh kondisi yang aman dan fasilitas keamanan yang memadai, dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkualitas dan menyenangkan.

Rekomendasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi pariwisata perlu terus meningkatkan kualitas objek wisata, terutama melalui pengelolaan pengalaman pengunjung yang lebih baik, sehingga wisatawan dapat menikmati pengalaman yang menyenangkan selama berada di lokasi. Pengalaman pariwisata berkualitas tinggi harus didukung oleh pelestarian keindahan alam, seperti pantai yang terjaga kebersihannya, air laut yang tidak keruh, dan desain lokasi estetik, sehingga menciptakan kesan visual yang menarik dan mendorong wisatawan untuk kembali. Selain itu, langkah-langkah keamanan harus diperkuat dengan menyediakan fasilitas keamanan yang memadai, seperti rambu peringatan yang informatif dan mudah dipahami, guna meningkatkan kesadaran wisatawan dan memberikan rasa aman selama aktivitas mereka. Pengelola destinasi juga harus meningkatkan kenyamanan area istirahat dengan menyediakan fasilitas yang bersih, nyaman, dan memadai, seperti tempat duduk, gazebo, area teduh, dan fasilitas pendukung lainnya yang memenuhi kebutuhan wisatawan untuk beristirahat. Ketersediaan area istirahat yang nyaman dapat meningkatkan kualitas pengalaman perjalanan dan meninggalkan kesan positif pada pengunjung.

Pengaruh kepuasan terhadap minat berkunjung kembali

Dari hasil analisis yang dilakukan, diketahui bahwa kepuasan (X2) memberikan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat berkunjung kembali pada Generasi Z. Aspek ini

dibuktikan melalui nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sehingga H_2 dinyatakan diterima, yang berarti kepuasan memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat kunjungan ulang Generasi Z.

Sejalan dengan temuan penelitian, indikator pemandangan terbukti memengaruhi kepuasan wisatawan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keindahan lanskap alam, khususnya pemandangan matahari terbenam yang menakjubkan di kawasan wisata, dapat memberikan pengalaman visual yang menyenangkan bagi para pengunjung. Kehadiran pemandangan semacam itu tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisata yang diperoleh pengunjung, tetapi juga menciptakan kesan positif selama kunjungan. Keindahan panorama yang tersaji mampu memberikan nilai estetika yang tinggi sehingga wisatawan dapat menikmati suasana destinasi secara lebih mendalam. Pemandangan alam yang menarik juga dapat memberikan rasa nyaman, tenang dan rileks yang mendukung terciptanya pengalaman wisata yang lebih berkualitas. Selain menjadi daya tarik utama destinasi, keindahan pemandangan sering kali menjadi alasan wisatawan untuk menghabiskan lebih banyak waktu di lokasi wisata dan mengabadikan pengalaman mereka melalui berbagai dokumentasi. Pengalaman visual yang menyenangkan tersebut dapat membentuk persepsi positif wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi serta meningkatkan penilaian mereka terhadap kualitas destinasi secara keseluruhan (Zakiah & Mardiyana, 2025). Selain itu, indikator aksesibilitas turut memberikan kontribusi dalam meningkatkan minat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Kondisi ini dapat dilihat dari kemudahan wisatawan dalam menemukan lokasi serta menjangkau destinasi wisata yang didukung oleh keberadaan rambu penunjuk arah yang jelas dan tersedianya informasi yang lengkap. Kemudahan tersebut memberikan rasa nyaman selama perjalanan sekaligus membantu wisatawan mencapai tujuan dengan lebih cepat dan efektif. Di samping itu, aksesibilitas yang baik mampu meminimalkan berbagai kendala yang berpotensi menghambat perjalanan, seperti kesulitan menentukan rute, kurangnya informasi mengenai lokasi wisata, maupun petunjuk arah yang tidak memadai. Situasi ini memungkinkan wisatawan menghemat waktu, tenaga, dan biaya, sehingga pengalaman berwisata yang diperoleh menjadi lebih positif. Akses yang mudah juga menunjukkan adanya kesiapan destinasi dalam memenuhi kebutuhan pengunjung melalui penyediaan fasilitas pendukung yang memadai. Ketika wisatawan merasakan kemudahan dalam mengakses destinasi, akan terbentuk persepsi yang baik terhadap kualitas destinasi tersebut. Persepsi positif ini kemudian dapat meningkatkan tingkat kenyamanan dan kepuasan wisatawan selama berkunjung. Oleh karena itu, aksesibilitas yang memadai mampu menciptakan pengalaman wisata yang menyenangkan, memperkuat kepuasan pengunjung, serta mendorong keinginan mereka untuk kembali berkunjung di masa yang akan datang (Ardanasti dkk., 2025).

Keindahan ombak pantai turut memberikan pengaruh terhadap tingkat ketertarikan wisatawan pada suatu destinasi wisata. Daya tarik tersebut tercermin dari bentuk ombak yang menarik, gerakannya yang menenangkan, serta perpaduannya dengan panorama laut yang indah sehingga mampu menciptakan pengalaman berwisata yang menyenangkan bagi para pengunjung. Keadaan ini menghasilkan kesan visual yang positif sekaligus meningkatkan rasa nyaman wisatawan selama berada di kawasan pantai. Selain berfungsi sebagai elemen estetika, keindahan ombak juga mampu menghadirkan suasana yang menenangkan dan memberikan pengalaman rekreasi yang lebih berkesan. Pergerakan ombak yang alami dan dinamis sering kali menjadi salah satu daya tarik utama yang membuat wisatawan betah menghabiskan waktu lebih lama di lokasi wisata. Keindahan ombak tidak hanya mendorong wisatawan untuk menikmati panorama alam, tetapi juga mendukung berbagai aktivitas rekreasi yang dapat meningkatkan kepuasan selama kunjungan. Kegiatan seperti berjalan di sepanjang pantai, menikmati suasana pesisir, mengabadikan momen melalui fotografi, maupun melakukan aktivitas olahraga air menjadi lebih menarik ketika didukung oleh kondisi ombak yang indah. Pengalaman positif yang diperoleh dari berbagai aktivitas tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan wisatawan serta memperkuat citra positif destinasi wisata. Oleh karena itu, keindahan ombak pantai merupakan salah satu komponen penting yang

membentuk persepsi baik wisatawan terhadap suatu destinasi. Semakin tinggi kualitas dan daya tarik ombak yang dimiliki suatu pantai, semakin besar pula peluang wisatawan merasa puas dan terdorong untuk melakukan kunjungan kembali di masa mendatang.

Selaras dengan hal tersebut, indikator infrastruktur jalan dapat ditinjau dari tersedianya fasilitas pendukung akses menuju destinasi wisata, seperti rambu-rambu penunjuk arah yang jelas, informatif, dan mudah dipahami oleh wisatawan. Keberadaan rambu-rambu tersebut membantu wisatawan menemukan lokasi tujuan dengan lebih mudah, mengurangi berbagai kendala selama perjalanan, serta memberikan rasa aman dan nyaman saat berkunjung (Risnaldi & Tanjung, 2024). Selain mempermudah proses pencarian lokasi, rambu-rambu yang memadai juga dapat mengurangi kemungkinan wisatawan mengalami kebingungan atau salah arah, sehingga perjalanan dapat berlangsung lebih efektif dan efisien. Kondisi ini sangat penting, terutama bagi wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi destinasi tersebut. Selain itu, ketersediaan rambu-rambu jalan yang baik mencerminkan tingkat aksesibilitas destinasi yang memadai, sehingga wisatawan dapat menjangkau lokasi dengan lebih mudah dan tanpa hambatan yang berarti. Aksesibilitas yang baik menunjukkan adanya dukungan fasilitas yang mampu menunjang kenyamanan perjalanan wisatawan. Kemudahan dalam mencapai lokasi wisata juga dapat meningkatkan penilaian wisatawan terhadap kualitas destinasi secara keseluruhan, karena pengalaman perjalanan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari aktivitas wisata. Berbagai kondisi tersebut berperan dalam menciptakan pengalaman perjalanan yang menyenangkan sekaligus membentuk kesan positif terhadap destinasi yang dikunjungi. Ketika wisatawan merasakan kemudahan, kenyamanan, dan keamanan selama perjalanan menuju lokasi wisata, tingkat kepuasan yang mereka rasakan cenderung meningkat. Pada akhirnya, pengalaman yang positif tersebut dapat mendorong munculnya keinginan untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan destinasi tersebut kepada wisatawan lainnya.

Penelitian ini didukung oleh Riadi et al., (2023) menjelaskan bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali. Kepuasan tersebut dapat ditingkatkan melalui pemandangan yang menarik dan aksesibilitas yang memadai. Pemandangan yang indah memberikan pengalaman perjalanan yang menyenangkan, sementara aksesibilitas yang baik memudahkan wisatawan untuk mencapai tujuan mereka. Penelitian ini didukung oleh Fajrin et al., (2021) berpendapat bahwa kepuasan wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk berkunjung kembali. Kepuasan ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keindahan ombak pantai yang indah dan menarik dapat memberikan pengalaman perjalanan yang berkesan serta meningkatkan kenyamanan selama kunjungan sedangkan kondisi infrastruktur jalan yang memadai memungkinkan wisatawan mencapai lokasi wisata dengan lebih mudah, aman, dan efisien.

Berdasarkan temuan penelitian, implikasinya yaitu para pengelola destinasi wisata perlu berfokus pada peningkatan kualitas pengalaman wisata guna memastikan kepuasan pengunjung. Hal ini dapat dicapai dengan melestarikan dan mengoptimalkan potensi keindahan alam destinasi, seperti keindahan matahari terbenam dan pesona deburan ombak laut, karena unsur-unsur tersebut telah terbukti mampu menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan meninggalkan kesan positif bagi para wisatawan. Selain itu, peningkatan aksesibilitas dan kualitas infrastruktur jalan juga harus menjadi prioritas utama. Jalan yang terawat dengan baik, ketersediaan rambu-rambu penunjuk arah yang jelas, serta informasi lokasi yang mudah diakses akan membantu wisatawan mencapai destinasi mereka dengan lebih mudah, aman, dan nyaman. Kemudahan akses tersebut dapat meningkatkan kenyamanan selama perjalanan, sehingga semakin meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan.

Pengaruh daya tarik dan kepuasan terhadap minat berkunjung kembali

Berdasarkan hasil analisis ini, uji F membuktikan bahwa daya tarik dan kepuasan berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{Hitung} > F_{Tabel}$. Hal ini juga didukung oleh koefisien determinasi sehingga H_3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh simultan dari variabel daya tarik dan kepuasan terhadap minat berkunjung kembali Generasi Z.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pengaruh variabel kepuasan lebih dominan daripada pengaruh daya tarik. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kepuasan memainkan peran yang lebih kuat dalam membentuk minat dan perilaku wisatawan melalui pengalaman yang dirasakan secara langsung selama kunjungan mereka, termasuk kenyamanan, pelayanan, dan kesesuaian antara ekspektasi dengan kondisi destinasi. Oleh karena itu, pengaruh kepuasan lebih dominan daripada daya tarik. Selain itu, temuan ini didukung oleh pengamatan lapangan yang menunjukkan bahwa wisatawan lebih cenderung dipengaruhi oleh tingkat kepuasan yang mereka alami selama kunjungan saat memutuskan apakah akan kembali. Selain itu, dalam penelitian ini, kepuasan wisatawan dipahami sebagai penilaian menyeluruh setelah wisatawan merasakan layanan dan fasilitas yang tersedia di destinasi, yang kemudian menjadi faktor utama dalam membentuk minat mereka untuk kembali. Meskipun daya tarik destinasi berperan sebagai faktor awal yang mendorong keputusan untuk berkunjung, pengalaman diperoleh selama berada di lokasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap penilaian menyeluruh wisatawan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan wisatawan akan merekomendasikan destinasi tersebut dan kembali mengunjunginya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan tidak hanya menjadi hasil akhir dari pengalaman perjalanan, tetapi juga merupakan faktor penting yang memperkuat loyalitas wisatawan, bahkan lebih berpengaruh dibandingkan daya tarik destinasi semata.

Rekomendasi penelitian ini yaitu diharapkan pengelola destinasi wisata dapat secara konsisten meningkatkan kepuasan wisatawan melalui peningkatan kualitas layanan, penyediaan fasilitas yang lebih nyaman dan memadai, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan wisata. Sementara itu, pada sisi wisatawan, pengunjung diharapkan lebih aktif memberikan masukan atau evaluasi terhadap pelayanan yang diterima sebagai bahan perbaikan bagi pengelola. Upaya ini juga perlu didukung dengan kesesuaian antara harapan wisatawan dan pengalaman yang mereka rasakan di destinasi, sehingga tingkat kepuasan dapat terus ditingkatkan. Dengan demikian, diharapkan minat untuk berkunjung kembali serta loyalitas wisatawan dapat tumbuh secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik pariwisata dan kepuasan wisatawan sama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali Generasi Z ke Pantai Lasiana, baik secara parsial maupun simultan. Pertama, daya tarik pariwisata terbukti berperan penting dalam meningkatkan minat kunjungan ulang, yang ditunjukkan melalui keindahan alam pantai, pengalaman kunjungan yang menyenangkan, kenyamanan fasilitas istirahat, serta adanya jaminan keamanan melalui rambu-rambu keselamatan yang mampu memberikan pengalaman positif bagi wisatawan dan mendorong keinginan untuk kembali. Kedua, kepuasan wisatawan juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung kembali, yang tercermin dari pengalaman visual yang menarik seperti pemandangan matahari terbenam, kemudahan akses menuju lokasi melalui penunjuk arah dan infrastruktur jalan yang baik, serta suasana destinasi yang aman, nyaman, dan mendukung aktivitas wisata, sehingga memperkuat niat wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang. Ketiga, hasil uji simultan membuktikan bahwa daya tarik pariwisata dan kepuasan wisatawan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat berkunjung kembali Generasi Z, dengan kepuasan wisatawan sebagai faktor yang lebih

dominan dalam memengaruhi keputusan tersebut. Oleh karena itu, peningkatan minat kunjungan ulang dapat dicapai melalui sinergi antara penguatan daya tarik destinasi dan peningkatan kepuasan wisatawan melalui perbaikan kualitas pengalaman wisata, fasilitas, aksesibilitas, serta kenyamanan dan keamanan destinasi.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, pengelola Pantai Lasiana diharapkan dapat meningkatkan kualitas destinasi dengan menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan pantai secara konsisten, serta melakukan perawatan dan peningkatan terhadap fasilitas yang tersedia, seperti toilet, tempat sampah, tempat duduk, area parkir, dan fasilitas bilas. Aspek keamanan dan kenyamanan wisatawan juga perlu diperhatikan melalui peningkatan pengawasan serta penyediaan informasi terkait keselamatan selama berada di kawasan pantai. Selain itu, peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan yang ramah, cepat tanggap, dan informatif serta melakukan evaluasi terhadap pengalaman wisatawan secara berkala. Dalam upaya meningkatkan kunjungan ulang Generasi Z, pemanfaatan media sosial juga perlu dioptimalkan sebagai media informasi dan promosi dengan menampilkan berbagai daya tarik, fasilitas, kegiatan wisata, serta kondisi terkini Pantai Lasiana. Pengelola juga perlu meningkatkan koordinasi dengan pemerintah daerah dan pihak terkait dalam mendukung pengembangan sarana dan prasarana, pengelolaan lingkungan, serta keberlanjutan destinasi. Sementara itu, secara teoritis, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas model penelitian dengan memasukkan variabel-variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berkunjung kembali, seperti kualitas pelayanan, citra destinasi, fasilitas wisata, pengalaman wisata, persepsi nilai, electronic word of mouth (e-WOM), dan promosi digital. Peneliti berikutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan variabel mediasi maupun moderasi serta memperluas karakteristik dan cakupan responden dengan melakukan penelitian pada kelompok wisatawan yang berbeda atau destinasi wisata lainnya, sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih luas terhadap pengembangan teori mengenai perilaku wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardanasti, A. Z., Putri, P. L., & Slamet. (2025). Pengaruh Memorable Tourism Experience, Kepuasan Wisatawan dan Aksesibilitas pada Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Objek Wisata Baturraden. *Jurnal EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 13(1), 260–272. <https://doi.org/10.56689/ekbis.v13i1.1960>
- Asparyanthi, N. L. P. P., & Agustina, N. K. W. (2024). The Impact of Memorable Tourism Experience on E-WOM Mediating Role of Destination Attachment : Study Case on Uluwatu Kecak Dance. *Journal of Travel and Leisure*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.52352/jtrue.v3i1.1495>
- Bunga, M., Fanggidae, R. P. C., Amleni, R. M., & Sihombing, M. I. (2025). Development of a Tourism Catalog as an Effort to Balance Tourist Visits in East Nusa Tenggara. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 68–78. <https://ejournal.unsub.ac.id/index.php/JKPEMASFIA/article/view/2441>
- Cahyati, R. N., Welsa, H., & Fadhilah, M. (2025). Pengaruh Kualitas Pengalaman dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 6(3), 1486–1505. <https://doi.org/10.55681/jige.v6i3.4045>
- Cantika, P. ., & Djunaid, I. S. . (2023). Pengaruh Daya Tarik terhadap Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Pengunjung. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(11), 9278-9286. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i11.3164>
- Dewi, L. P. T. A., & Musmini, L. S. (2023). Literature Review : Pengalaman dan Kepuasan Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali Ke Desa Wisata. *Jurnal Manajemen Perhotelan*

- dan Parivisata, 6(2), 700–703. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.67540>
- Dewi, M. I. P., Tirtawati, N. M., & Liestiandre, H. K. (2023). Pengaruh Memorable Tourism Experience terhadap Kepuasan Wisatawan dan Niat Berkunjung Kembali di Desa Wisata Penglipuran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 22(2), 132-148. <https://doi.org/10.14710/jspi.v22i2.132-148>
- Diansyah, R. J., & Chrismardani, Y. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung Kembali Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. (2024). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4822-4831. <https://doi.org/10.37385/msej.v5i2.6310>
- Fajrin, A. R., Wijayanto, G., & Kornita, S. E. (2021). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan dan Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Candi Muara Takus Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi KLAT*, 32(1), 40–47. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7406](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7406)
- Hellen Susanto, & Prayogo. (2024). Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan di Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Setu Babakan. *Jurnal Pendidikan Sejarah dan Riset Sosial Humaniora*, 7(2), 912–929. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i2.10561>
- Hernawati, R. (2025). Citra Destinasi dan Minat Berkunjung Kembali: Analisis Moderasi Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Parivisata, Bisnis Digital dan Manajemen*, 4(2), 135–143. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v4i2.7477>
- Kurniawan, R., & Sengaji, Z. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang Wisatawan Objek Wisata Pantai Marina Kalianda Lampung Selatan. *Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 5(1), 862–877. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.894>
- Magdalena, C. R., & Sofiani. (2024). Analisis Pengaruh Citra Destinasi dan Pengalaman Wisata yang tidak Terlupakan terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Ekowisata Keranggan Tangerang Selatan. *JiIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7(8), 8594–8600. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i8.5039>
- Mau Daa, M., Riwu Manu, R., & Saragih, F. (2026). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengunjung di Wisata Pemandian Air Panas So'a Mengeruda Kabupaten Ngada. *Journal Economic Education, Business and Accounting*, 5(1), 512-525. <https://doi.org/10.35508/jeeba.v5i1.20584>
- Milala, D. P. A., & Nasution, A. M. U. (2026). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pengunjung Wisata Jona Garden Kabupaten Langkat . *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 9702–9710. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7409>
- Noviyanti, A., Sukirman, O., & Novarlia, I. (2025). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Destinasi Wisata terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Gili Iyang Sumenep. *Jurnal Sabbhata Yatra*, 6(1). <https://doi.org/10.53565/sabbhatayatra.v6i1.1974>
- Pebriani, S., Harini, S., & Yulianingsih, Y. (2025). Kepuasan Pengunjung Sebagai Mediator Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Citra Destinasi Terhadap Minat Berkunjung Kembali Ke Taman Rekreasi Cimalati, Cicurug Sukabumi. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 4(1), 257-278. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v4i1.1814>
- Riadi, D., Permadi, L. A., & Retnowati, W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali ke Desa Wisata Hijau Bilebante yang dimediasi oleh Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Riset Pemasaran*, 2(2), 38–49. <https://doi.org/10.29303/jrp.v2i2.2678>
- Risnaldi, F., & Tanjung, M. H. (2024). Pengembangan Aksesibilitas Wisata Air Terjun Batu Dinding Desa Tanjung Belit Kabupatæn Kampar. *Journal of Urban and Regional Planning for Sustainable Environment (JURPS)*, 03(01), 28–37.

<https://doi.org/10.25299/jurps.2024.17279>

- Rosanto, S., & Yeremia, M. (2025). Pengaruh Daya Tarik Wisata Berdasarkan Komponen 4A terhadap Minat Berkunjung kembali Wisatawan ke Museum Satria Mandala Jakarta. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 8(8), 8752–8762. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i7.9350>
- Safitri, F. A. D., Wardhani, R. K., & Kusumawardani, M. R. (2024). Pengaruh Daya Tarik Produk Halal, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Konsumen Snack di UD. Adi Putra Perkasa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3393–3401. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15569>
- Sappewali, A. E., Saleh, H., & Suriani, S. (2022). Analisis Daya Tarik Wisata dan Citra Destinasi terhadap Minat Berkunjung Ulang melalui Kepuasan Wisatawan. *Journal of Business and Management*, 5(1), 122–132. <https://doi.org/10.35965/jbm.v5i1.1947>
- Sinaga, R. J., & Teviana, T. (2024). Pengaruh Daya Tarik dan Fasilitas terhadap Minat Berkunjung Kembali. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 12(1), 829–843. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v12i1.3656>
- Suhartapa, Devan, L. L. A., & Priyanto, S. E. (2025). Potensi Budaya Lokal dalam Mempengaruhi Minat Kunjung Wisatawan Nusantara ke Wae rebo Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Ilmiah*, 19(1), 1–11. <http://dx.doi.org/10.47256/kji.v19i1.714>
- Tapatab, S., & Jacob Abolladaka, F. S. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pantai Lasiana Kota Kupang. *Journal Economic Education, Business and Accounting (JEEBA)*, 5(1), 570–582. <https://doi.org/10.35508/jeeba.v5i1.25614>
- Trihayuningtyas, E., W.Wulandari, Y. Adriani, I. A. M. ., & Sarasvati. (2018). Media Sosial sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pariwisata bagi Generasi Z di Kabupaten Garut. *Tourism Scientiflie Journal*, 4(1), 1–22. <https://doi.org/10.32659/tsj.v4i1.46>
- Utama, I. P. P. A., Sudiarta, I. N., & Mahadewi, N. P. E. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Wisatawan Nusantara terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Daya Tarik Wisata Alas Harum Tegalalang Kabupaten Gianyar. *Nusantara Journal of Multidisciplinary*, 3(2), 217–226. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/1601>
- Wijaya, S., & Ardiansyah, I. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI GALERI NASIONAL INDONESIA. *SOCLA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(1), 77–89. <https://doi.org/10.21831/socia.v20i1.64556>
- Yussabila, G. Z. ., & Sutarmin, S. (2025). Pengaruh Fasilitas dan Pengalaman Wisatawan terhadap Minat Berkunjung Kembali melalui Kepuasan Wisatawan: Studi pada Kabupaten Brebes. *Peradaban Journal of Economic and Business*, 4(2), 259–263. <https://doi.org/10.59001/pjeb.v4i2.522>
- Zakiah, S., & Mardiyana, E. (2025). Pengalaman Wisatawan terhadap Citra Destinasi pada Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Nglanggeran. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 14(2), 915–922. <https://doi.org/10.47492/jih.v14i2.4035>